

UPAYA PARTAI POLITIK DALAM MEMANFAATKAN DEMOKRASI VIRTUAL DI ERA DIGITAL

Ambia B. Boestam¹, Adi Prakosa², Bhakti Nur Avianto^{3*}

Universitas Nasional, Jakarta, Indonesia

* bh4kti.nur@gmail.com

Abstract

The use of public opinion space through the digitalization of virtual democracy has been widely relied on by political parties in conducting political marketing and political communication, especially online-based campaigns. This study aims to find out how political parties' efforts in utilizing virtual democracies in increasing the quantity of potential voters. Descriptive qualitative research method to examine certain events as a new phenomenon in order to answer precisely about the object being observed, assessed and intervened in a complex multi-component using secondary data and literature studies. The results showed that the practices for running a digital democracy are no longer conventional, but through digital media and virtual political spaces. So that digital democracy shows the central position and role of digital parties in Indonesia. The use of virtual democracy provides a strong potential by seeing the large number of people who have begun to participate in online social media, so that virtual democracy feels great benefits as a new channel in the public opinion space to find political news, discuss, organize and to mobilize supporters of one of the political parties it likes.

Keywords: *Virtual democracy, political parties, political communication, marketing, digital.*

Abstrak

Pemanfaatan ruang opini publik melalui media digitalisasi demokrasi virtual sudah banyak diandalkan oleh partai politik dalam melakukan *political marketing* dan komunikasi politik, khususnya kampanye berbasis *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya partai politik dalam memanfaatkan demokrasi virtual dalam meningkatkan kuantitas calon pemilih. Metode penelitian kualitatif deskriptif untuk melakukan telaah peristiwa tertentu sebagai suatu fenomena baru guna menjawab dengan tepat tentang objek yang sedang diamati, dinilai dan diintervensi multi-komponen yang kompleks dengan menggunakan data sekunder dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik-praktik untuk menjalankan demokrasi digital sudah tidak lagi konvensional, melainkan melalui media digital dan ruang politik virtual. Sehingga demokrasi digital memperlihatkan posisi sentral dan peran partai digital di Indonesia. Pemanfaatan demokrasi virtual memberikan suatu potensi yang kuat dengan melihat banyaknya masyarakat yang sudah mulai berpartisipasi di media sosial online, sehingga demokrasi virtual dirasakan manfaatnya besar sebagai saluran baru dalam ruang opini publik untuk menemukan berita politik, berdiskusi, berorganisasi maupun sampai pada memobilisasi pendukung salah satu partai politik yang disukainya.

Kata Kunci: Demokrasi virtual, partai politik, komunikasi politik, marketing, digital.

PENDAHULUAN

Saat ini bentuk kemajuan teknologi komunikasi dan media baru di era global telah memberikan dampak signifikan terhadap warna baru perpolitikan di belahan dunia. Karena pada umumnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memberikan kemudahan akses internet bagi

individu yang akan merefleksikan aspirasinya (Priselie & Paramita, 2022; Listianingrum, et al., 2021; Jesica et al., 2020). *Output* dari kemajuan teknologi tersebut menjadikan masyarakat begitu dekat dengan informasi, sehingga pada akhirnya akan bermuara pada pembentukan ruang publik virtual. Di mana ruang publik

virtual nantinya menjadi sarana untuk berekspresi, beraspirasi politik dan bereksistensi publik. Hadirnya teknologi TIK baru berupa pemanfaatan sarana multimedia dirasakan sangat bermanfaat untuk melakukan komunikasi politik. Secara umum dengan komunikasi politik dapat memberikan fungsi sarana pendidikan politik bagi masyarakat luas.

Selain itu komunikasi politik dapat memberikan pemahaman akan pentingnya keterkaitan fungsi-fungsi komunikasi, ilmu politik, budaya dan psikologi sosial. Begitupula dengan aktor-aktor politik di era sekarang ini akan sangat mudah melakukan kegiatan komunikasi politik virtual sampai ke pelosok desa. Eksistensi sarana multimedia ini harus diintegrasikan melalui media baru, sehingga pada akhirnya dapat sejalan dengan pelaksanaan demokrasi sebagai prinsip berpolitik yang secara umumnya dipakai diberbagai negara (Aryesta & Selmi, 2022; Hayat et al., 2021; Safitri, 2019).

Teknologi digital yang semakin masif berkembang memberi dampak signifikan terhadap koneksi internet yang mumpuni di abad ini. Sebagaimana data dari BPS 2021 subindeks TIK mencapai 5,67, subindeks pengguna TIK mencapai 5,34 dan subindeks keahlian TIK mencapai 5,92 dengan rata-rata IP-TIK sebesar 5,59 (khusus DKI Jakarta IP-TIK tertinggi mencapai 7,46). Konsep ini sendiri dipahami untuk penggunaan jaringan internet globalisasi yang dapat menginterkonseksikan dan korelasi suatu tempat dengan wilayah lainnya. Definisi lainnya sering dijumpai mirip dengan istilah jaringan globalisasi lintas negara. Gambaran di atas, menjadikan internet menjadi bagian utama dari jaringan global yang tidak dapat dipisahkan perkembangan informasi dan teknologi internet itu sendiri. (Rahmah, 2021; Murti, 2020; Said, 2020; Hidayati, 2021).

Berkembangnya teknologi digital melalui pemanfaatan internet saat ini sudah mengemas pada produk politik. Dimana

peran partai politik sudah banyak yang memulai memanfaatkan internet sebagai kegiatan *marketing* politik. Salah satunya penggunaan akun *facebook*, *youtube*, *Instagram*, *Twitter* dan *video streaming* (Hayat et al., 2021; Rahmah, 2021, Yu & Liu, 2021). Keadaan tersebut memungkinkan dapat dilakukan karena masih terjadinya Pandemi Covid-19 meskipun saat ini, kondisi post-ante seakan sudah terbiasa menggunakan atribut *internet of things* (IoT) yang diperuntukkan untuk promosi sekaligus *marketing* calon peserta parpol maupun setingkat calon presiden.

Bersumber dari salah satu pernyataan Partai Gelora mengenalkan aplikasi agar mudah dimanfaatkan publik yang bersedia bergabung menjadi bagian dari partai politik mereka. Meskipun dapat dibilang partai baru diresmikan tahun ini, di mana Partai Gelora mulai memberikan penawaran metode baru dalam teknik perekrutan kader-kader partainya melalui aplikasi yang mudah diunduh di *apps-store* dan *play-store* dalam *mobile phone*. Selain itu dalam hal penggunaan teknologi digital lainnya juga sudah mulai diterapkan oleh Partai PDI Perjuangan dimana selama masa pandemi Covid-19 justru sudah memulai lebih dulu dalam merekrut para kader parpol bahkan sampai sekarang kegiatan rapat DPP selalu dilakukan dua kali dalam sepekan secara daring. (Kompasiana, 2021; Republika, 2020; Pramadi, 2020).

Beberapa hasil praktek-praktek dalam pemanfaatan aplikasi digital tersebut diprediksi dapat menghadirkan sebuah peradaban demokrasi baru yang kemudian dikenal dengan istilah *digital democracy*, *cyber-democracy*, *e-democracy*. Sehingga dapat diartikan bahwa: *digital democracy* sebagai salah satu upaya konkrit dalam praktek demokrasi tanpa ada batasan waktu, ruang, kondisi fisik ataupun dalam menggunakan sarana digitalisasi, sebagai tambahan saja, bukan pengganti praktik politik 'analog' tradisional” (Grigalashvili;

2022; Buyukbingol, 2022; Lindner & Aichholzer, 2020;).

Menelisik makna dari *cyber-democracy* sebagai konsep yang memandang internet sebagai nilai teknologi yang mempunyai dampak sosial-transformatif bahkan dapat memperluas akar partisipasi demokrasi. Sehingga makna terakhir mencuatkan isu politik yang mengarah pada lahirnya hubungan warga negara, pemerintah dan perwakilan politik. Bahkan isu-isu politik tidak hanya memberikan arti luas namun dapat juga menyangkut masalah-masalah pelayanan publik yang pada akhirnya membentuk opini pada umumnya (Fathurokhmah, 2021; Lee, 2021; Komariah et al., 2020; Linder & Aichholzer, 2019).

Di era serba digital atau sering disebut internet of thing (IoT), terdapat beberapa fasilitas interaktif yang dapat dijadikan stimulus bagi sebagian masyarakat supaya mengetahui akan dinamika politik di suatu daerah, maka penggunaan *electronic polls*, *electronic referenda*, maupun *electronic voting* sudah memberi sinyal langsung adanya perubahan di era demokrasi yang akan menghadirkan partisipasi warga negara dengan suatu piranti modern saat ini (Komariah et al., 2020; Pilipenko, 2019; Rakipov, 2019). Prospek *digital democracy* berbasis media baru tersebut memiliki dampak yang sangat menjanjikan dalam mengembangkan komunikasi politik yang tujuan akhirnya adalah peningkatan partisipasi politik. Hal ini didorong pula oleh lahirnya kelompok masyarakat heterogen serta sudah adanya peningkatan taraf ekonomi, pendidikan, sosial masyarakat yang mulai memahami partai politik serta sudah mengertvi cara mengaplikasikan berbagai praktek marketing politik yang beririsan dengan kepentingan masyarakat tersebut (Buyukbingol, 2022; Pilipenko, 2019; Rakipov, 2019).

Lahirnya konsepsi antara masyarakat dengan jaringan media baru tidak hanya akan membawa dampak perubahan kecepatan penyampaian informasi, bahkan

lebih dari itu media massa konvensional bisa berpeluang untuk memerankan ruang media baru untuk menerobos masuk media sosial atau jejaring sosial. Mendominasinya media sosial dalam membuat jaringan masyarakat sudah mengakar menjadi bentuk gerakan masyarakat yang lebih masif, bahkan sebaliknya masyarakat berjejaring mempunyai kemampuan untuk beradaptasi membentuk opini publik yang dapat dipergunakan oleh peran media baru secara langsung, sehingga ada dampak nyata dalam perubahan perilaku cara pandang berpolitik yang lebih baik (Lynggaard, 2021; Calvillo et al., 2021; Rojabiaturohmah et al., 2020; Arditi, 2019).

Sepatutnya peningkatan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sebaiknya tidak sebatas hanya pada ketersediaan infrastruktur media, meskipun pada akhirnya tidak dapat dipungkiri lagi justru infrastruktur merupakan kunci utama keberhasilan teknologi komunikasi yang kemudian menjadi landasan dalam perkembangan komunikasi politik yang memang selalu berjalan beriringan dengan kebebasan berdemokrasi, khususnya dalam memberikan kebebasan berpendapat. Selain itu adanya kemampuan teknologi yang mampu dan bisa menjembatani bahkan memperluas akses informasi oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Sehingga pada akhirnya bermuara akhir pada terciptanya suatu kemampuan memperoleh informasi secara efektif dalam proses politik di media digital. (Chen & Wen, 2021; Torloni et al., 2020; Wahyuti, 2019; Zúñiga & Chen, 2019; De Albuquerque, 2019).

Hasil-hasil penelitian tersebut diatas tentunya sudah menunjukkan akan sepak terjangnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya sebagai perantara lintas batas aksesibilitas mapun bentuk penyajian data bagi masyarakat. Intinya, kemampuan pemanfaatan teknologi informasi maupun

komunikasi politik tergantung pada kemampuan individu untuk membentuk opini publik yang pada akhirnya akan mempengaruhi kebijakan publik (Musial-Karg, 2022; Hong & Zhang, 2020; Sunberg, 2019).

Perbedaan dengan hasil penelitian sebelumnya, bahwa penelitian ini lebih mengeksplorasi hadirnya media dan teknologi mempunyai andil dalam pembaharuan atas segala hal yang berkaitan dengan demokrasi virtual (*e-democracy*). Bahkan bentuk demokrasi ini bisanya sangat membutuhkan komitmen kelompok terhadap pilar-pilar kebijakan kewarganegaraan; bentuk pengabdian kepada negara, maupun perilaku mendahulukan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi serta sikap kebaikan bersama. Karena dengan media teknologi akan tersedia ruang publik yang akan dengan sangat mudah terlibat dan melibatkan diri dalam segala aspek-aspek yang menyangkut perikehidupan dan kepentingan bersama (Grigalashvili, 2022; Farazian & Paskarina, 2021; Mensah, 2020).

Konsep demokrasi elektronik (*e-democracy*) merupakan salah satu inovasi dalam perpolitikan di Indonesia. Dengan inovasi baru ini maka peran aktif masyarakat dalam pemilihan umum dapat meningkatkan kualitas kebijakan pemerintah dan penyelenggaraan sistem demokrasi. Saat ini *website* parpol juga telah menyediakan berbagai ragam informasi politik yang mudah diakses. Kontribusi media elektronik terhadap media dan teknologi ke dalam proses demokrasi elektronik (*e-democracy*), membolehkan penyelenggaraan proses debat, diskusi, aspirasi, kritikan sampai pada keputusan publik (Pranawukir, 2021; Aziz & Hasna, 2020).

Konsep strategis dari inisiatif penerapan *e-democracy* bertujuan agar terjadi keterlibatan dan partisipasi masyarakat ke dalam ranah kebijakan publik sehingga menghasilkan keputusan publik yang mumpuni, transparan, akuntabilitas (kinerja

demokrasi) dan bermanfaat bagi hajat hidup orang banyak. Selain hal tersebut, *e-democracy* dipergunakan untuk mencangkakan dimensi baru dalam peningkatan legalitas hubungan pemerintah dan publik (Gupta & Biswas, 2021; Hayat et al., 2021; Hidayati, 2021). Di era sebelumnya, aspirasi masyarakat dilakukan ketika periode kampanye kandidat wakil rakyat tertentu dengan mekanisme penyampaian proses surat menyurat. Dengan demikian hadirnya TIK dan internet sebagai media demokrasi elektronik (*e-democracy*) dalam proses demokrasi, masyarakat lebih leluasa dan lebih lantang dalam menyampaikan aspirasi terkait wakil parpol yang akan dipilihnya (Imperial, 2021; Indianto et al., 2021; Mensah, 2020; Fatah & Fatani, 2019).

Sistem *e-democracy* bukan merupakan sub-sistem yang berdiri sendiri melainkan gabungan dari sistem pemerintahan berbasis *e-government*. Keduanya tidak sekedar mengaplikasikan media elektronik yang masuk ke dalam ranah demokrasi, melainkan hanya sebagai alat atau media. Sistem *e-democracy* dan *e-government* merupakan *enabler* ataupun sebuah solusi, akan tetapi dapat dijadikan penerapan konsep rekonstruksi sosial dan inovasi sistem demokrasi. Selain itu kedua sistem tersebut juga digunakan sebagai reformasi manajemen organisasi pemerintahan dalam menghadapi globalisasi sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan publik (Grigalashvili, 2022; Manoharan, 2022; Gupta & Biwas, 2021; Maeroe et al., 2021; Laksono, 2020; Lindner & Aicholzer, 2020; Ronchi, 2019).

Berikut ini adalah beberapa apikasinya dalam ranah partai politik yang sudah digunakan yaitu: Pusat partai virtual, istilah ini sudah jelas menderksipikan adanya penerapan teknologi komunikasi internet melalui kelompok organisasi atau partai politik. Hal ini ditandai dengan bermunculan *website* bernuansa khas

kampanye politik yang sudah merefleksikan demokrasi digital.

Forum, *chats* dan peristiwa-peristiwa melalui *online*; Aktivitas komunikasi *marketing online* yang menawarkan program kerja suatu partai politik untuk pengguna. Hal ini bertujuan agar pengguna terdorong untuk mengakses website politiknya dalam jangka waktu yang lama bahkan dapat dilakukan diskusi maupun pembahasan politik konstelasi personal secara bergantian. Namun, biasanya pembahasan diskusi tersebut biasanya sejalan dengan tema-tema kampanye tertentu dalam beranda situs website.

Organisasi partai digital; Saat ini di berbagai negara sudah mulai banyak memanfaatkan demokrasi virtual sebagai wadah kreatif dalam marketing politik berbasis online. Ciri utama dari struktur organisasi partai digital adalah bentuk virtual regional dan umumnya tidak membutuhkan proses formal untuk menjadi relawan partai politik.

Kampanye online; Suatu kegiatan kampanye virtual yang dibentuk dengan mempergunakan TIK untuk memberikan pesan kampanye kepada masyarakat secara luas dan massal. Pada umumnya kegiatan ini dapat diwujudkan melalui situs web, blog maupun media sosial lainnya yang mudah diakses oleh masyarakat dan dapat menjadi bentuk kampanye strategis yang penting untuk peningkatan kampanye profesional.

Protes *online*; Secara umum, kampanye politik berbentuk aksi sikap protes terhadap politisi parpol yang sedang berkampanye melalui media internet. Hal ini sebagai imbas *campaign* media yang sudah dijadikan sebagai format komunikasi politik. (Dowling, 2022; Hayat et al., 2021; Turcotte, 2021; Villamil et al., 2020; Lindner & Aichholzer, 2019).

Secara sederhana beberapa bentuk pemanfaatan teknologi informasi maupun kebutuhan komunikasi bagi masyarakat luas sebagai bentuk e-literacy yang efektif. Selain itu dorongan bagi masyarakat untuk

mempergunakan fasilitas *e-vote* dalam menyampaikan pendapat ataupun aspirasi, pandangan maupun bentuk dukungan bagi wakilnya melalui jaringan media internet (Zhang et al., 2022; Imperial, 2021; Lee, 2021; Safitri, 2019). Kesuksesan *e-vote* tergantung dari kemampuan masyarakatnya yang melek teknologi yang tinggi serta dapat menggunakan fasilitas internet, telepon, mdia digital lainnya dalam menyampaikan berbagai pandangan, aspirasi serta dukungan bagi organisasi parpol peserta pemilu. Bentuk sebaran informasi dalam *website* tersebut dinilai lebih memiliki nilai manfaat khususnya dalam pengambilan opini publik yang nantinya akan digunakan sebagai bahan dari keputusan kebijakan publik (Indianto et al., 2021; Alelaimat et al., 2020, Said, 2020; Sardini, 2019; Bindu et al., 2019).

Model demokrasi virtual yang sedang dipergunakan saat ini, nantinya akan berkembang pada suatu format kepedulian masyarakat sebagai warga negara dalam penyelenggaraan proses pemilihan umum (proses demokrasi). Di mana ruang virtual yang berkembang saat ini merupakan bentuk komunikasi polilitik dalam menyampaikan visi, program bahkan persoalan demokrasi sekaligus, sehingga pada akhirnya pada soslusi dialog yang nantinya menjadi jembatan intergasi untuk menumbuh-kembangkan budaya demokrasi lokal yang lebih baik. Inovasi demokrasi virtual pada akhirnya akan menjadi upaya peningkatan kapasitas warga negara dalam beradaptasi terhadap pergerakan sosial (Hoffmann, 2022; Lin, 2022; Dowling, 2022; Alelaimat et al., 2020; Supriadi, 2020; Zuninga & Chen, 2019, Waluyo, 2019).

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya partai politik dalam memanfaatkan proses demokrasi virtual di era digital yang akan dijalankan diberbagai sektor kehidupan masyarakat. Praktek komunikasi politik tidak menggunakan metode konvensional praksis melainkan

demokrasi virtual yang masih digunakan di era keterbukaan informasi yang memberikan peluang besar bagi semua individu yang bisa mengaksesnya sebagai kebutuhan primer.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan bertujuan untuk menjelaskan masalah penelitian yang memudahkan penulis untuk menganalisis suatu peristiwa tertentu sebagai sebuah fenomena baru yang langsung untuk menjawab pertanyaan sesuatu objek yang diamati, dinilai dan intervensi multi komponen yang kompleks (Hameed, 2020; Busetto et al., 2020; Darmalaksana, 2020).

Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui rujukan sumber pustaka, observasi media sosial, telaah dokumentasi dan sumber data lainnya yang relevan. Kemudian teknik analisis data diambil melalui pihak lain yang telah melakukan pengumpulan data sebelumnya berkaitan dengan partai digital dan demokrasi virtual. Adapun desain penelitian dirancang dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berguna sebagai *problem solving* yang diteliti, ditelaah dan dianalisis oleh penulis. Sehingga dapat menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian. Penelitian dengan menggunakan analisis data sekunder (ADS) didukung pula dengan studi pustaka dan *open resource data-data* primer melalui tulisan publikasi jurnal ilmiah yang diharapkan memudahkan penulis dalam melakukan penelitian (Baldwin, 2022; ; Fadli, 2021; Busetto et al., 2020; Darmalaksana, 2020; Logan, 2020; Waluyo, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan e-demokrasi di era digital

Terobosan demokrasi melalui media sosial tidak dapat dipungkiri sudah memberikan andil cukup besar dalam pengambilan kebijakan di Indonesia. Beberapa kebijakan publik tersebut nampaknya sudah cukup terpengaruh melalui sarana digital atau virtual, bahkan

sudah menjadi bentuk baru peningkatan kapasitas warga negaranya dalam mobilitas sosial tertentu. Besarnya pengaruh kebijakan dalam ranah media sosial yang dimiliki serta banyaknya beberapa kelompok-kelompok kepentingan yang menggandeng atas nama kebijakan publik yang memainkan perannya cukup signifikan (Campbell & Carayannis, 2020; Priselie & Paramita, 2022; Hayat et al., 2021; Zuninga & Chen, 2019).

Media sosial dapat mengubah pola penyebaran informasi dan dapat menumbuhkan hubungan politik virtual yang disebutkan sebagai seni untuk menyelesaikan konflik kepentingan. Mengakomodasi berlangsungnya suatu proses demokrasi virtual, setiap masyarakat (*netizen*) sangat bergantung pada kehadiran media, bahkan tidak luput dari keberadaan media yang diusungkan sebagai kekuatan politik *the fourth of estate press* yang dijadikan mitra baik dari kalangan eksekutif, legislatif dan yudikatif. Namun, saat ini segudang permasalahan media sosial hampir seluruhnya didominasi oleh pihak-pihak kepentingan yang memiliki modal sosial yang sangat kuat, sehingga akan membuat masyarakat dipastikan mengalihkan perhatiannya pada internet. Di era digital ini bahkan penggunaan internet sudah dikenal sebagai kebutuhan pokok (*internet of thing*), di mana IoT merupakan suatu konsep benda atau objek tertentu yang sudah dibenamkan sensor software berupa jaringan elektronik yang saling berkaitan, bahkan mampu melakukan transfer data dengan mudah dan efisien (Grigalashvili, 2022; Buyukbingol, 2022; Rahmah, 2021; Blom et al., 2020; Campbell & Carayannis, 2020).

Internet menjadi bagian dari sebuah media rasional yang interaktif dalam mengawasi setiap pergerakan politik sekaligus menyampaikan aspirasi yang diinginkannya. Pada akhirnya wadah internet mampu membentuk opini publik atau iklim diskusi yang memungkinkan

setiap anggota masyarakat mampu menganalisis persoalan *social-netizen* secara kritis, konkrit, bebas dari retribusi kekuatan parpol, sosial sampai pada bidang ekonomi (Musial-Karg, 2022; Fatah & Fatani, 2019; Bindu et al., 2019). Oleh karena itu, kemudahan akses intrnet ke ruang opini publik, bagi netizen sudah tidak dipandang lagi sebagai *audiens* jikalau dalam kenyataannya hanya sekedar mengkonsumsi berita atau informasi semata, meskipun internet selalu menyediakan jaminan kolom interaksi publik bahkan menambahkan informasi tambahan terkait berita komunikasi politik dan marketing partai politik. Ruang opini publik merupakan kesempatan masyarakat berupa gagasan secara diskursus seperti aspirasi, pendapat, opini, kepentingan dan kebutuhan kewarganegaraan (Gupta & Biswas, 2021; Fatah & Fatani).

Pandangan idealisme untuk menciptakan ruang publik yang representatif tergantung situasi komunikasi politik yang dibuat melalui institusi, aktor, sarana serta relasi-kolega. Jika proses ini sudah ideal, maka secara otomatis dapat membangun wadah komunikasi politik secara terbuka, luas, dan adil terhadap partisipasi publik. Hal ini berarti publik tidak mendapat tekanan, pemaksaan dari kelompok mayoritas partai politik lainnya (Dowling, 2022; Alelaimat et al., 2020; Fatah & Fatani, 2019). Diskusi di ruang *cyberspace*, sepintas bisa jadi disebut sebagai ruang publik yang ideal. Di mana, sifat keterbukaan tanpa sekat pembatas, tidak adanya paksaan ataupun tekanan di setiap partisipan di ruang publik tersebut dengan kata lain terciptanya suasana demokrasi virtual yang ideal. Bahkan ruang virtual dijamin oleh perundang-undangan yang berlakuyang berarti individu memiliki hak yang sama dalam memberikan opini maupun aspirasi politik tanpa batas (Yu & Liu 2021; Laksono, 2020; Fuadi & Tasmin, 2019).

Hadirnya IoT dengan sejumlah aplikasi pendukungnya sudah barang tentu dapat

menciptakan ruang publik yang luas seperti film, video Youtube, dan media lainnya. Saat ini era virtualitas semakin bertumbuh-kembang sebagai dampak hadirnya *new media* yang telah terkoneksi IoT melalui jaringan komputer secara luas yang pada akhirnya inilah yang menjadi bagian ciri virtualitasnya serta menjadikan IoT sebagai konsumtif informasi pada aspek kehidupannya. Hal ini didukung oleh peningkatan kualitas teknologi informasi (TIK) berbasis digital semakin modern dan mutakhir. Sejalan beriringan dengan berkembangnya masyarakat informatif, maka muncul fenomena baru yang disebut dengan istilah kebudayaan virtual. Hal ini berarti salah satu sistem realitas secara keseluruhan masuk dalam *setting* citra dunia maya atau dunia fantasi masuk ke dalam kebudayaan virtual ((Maerore et al., 2021; Said, 2020; Supriadi, 2020; Torloni et al., 2020; Safitri, 2019, Sardini, 2019).

Tulisan ini akan fokus pada literatur yang tersedia tentang gagasan yang berkaitan dengan efek politik internet, penggunaan internet oleh elit politik dan warga negara, dan potensi efeknya karena peran partisipasi politik berbasis internet tidak begitu mudah meningkatkan kuantitas partisipan. Dengan kata lain, IoT dan TIK dapat meningkatkan peran partisipasi debat politik kontemporer, namun faktanya netizen-lah kenyataannya lebih memilih menjadi konsumen informasi daripada membuat informasi, wacana, sampai pada pembuatan diskursus-politik. Bagaimana halnya dengan praktek demokrasi virtual di Indonesia? Sebetulnya praktek demokrasi digital sudah lama dipraktikkan dan diketahui oleh netizen sejak Tahun 2012.

Beberapa contoh kasus “Prita Mulyasari” yang melayangkan protes ditujukan pada layanan rumah sakit atas dugaan malpraktek. Alhasil dalam media sosial dalam ciutan aksi solidaritas para netizen terkenal dengan unggahan #koinUntukPrita. Contoh lainnya adalah Gerakan Cicak vs Buaya sebagai bentuk

solidaritas warga netizen untuk menentang kriminalisasi terhadap Dua pimpinan komisi KPK, “Hamzah dan Bibit”. Aksi ini serupa dengan kasus Prita yang mana memunculkan gerakan sosial di media sosial sampai pada gelar aksi demo di depan kantor KPK (Musial-Karg, 2022; Gupta & Biswas, 2021; Torloni et al., 2020; Rojabiaturohmah, 2020, Wahyuti, 2019).

Tokoh dalam partai politik senantiasa memanfaatkan sumber media yang dianggap berpotensi untuk meningkatkan elektabilitas dan popularitas ketokohan ataupun organisasi partai politik. Pemanfaatan media sosial oleh tokoh politik dan organisasi partai politik dipahami dengan sebutan Komunikasi Politik (Manoharan et al., 2022; Hayat et al., 2021; Bindu et al., 2019). Media komunikasi politik yang digunakan oleh pemerintah dan partai politik bertujuan untuk mendapatkan dukungan ketika diselenggarakannya Pemilu ataupun juga di luar konteks Pemilu. Salah satu contoh ketika partai koalisi yang mengusung Prabowo-Sandiaga untuk menjadi capres/cawapres 2019 telah memanfaatkan internet untuk menyebarkan luaskan kampanye politik via Youtube dan Instagram (IG). Kedua aplikasi tersebut menampilkan video atraktif diringi musik dan telah menyuguhkan simpatisan untuk memberikan penilaian popularitas dan elektabilitas, sekaligus menarik dukungan dari para netizen di seluruh wilayah Indonesia (Aziz & Hasna, 2020; Calvillo et al., 2021; Rahmah, 2021)

Catatan dari beberapa hasil penelitian menunjukkan penting adanya pengaruh pemberitaan politik melalui media sosial *online* terhadap popularitas dan elektabilitas parpol. Alasan utama para politisi partai politik memanfaatkan media sosial *online* agar organisasi parpolnya terekspose publik secara luas serta dapat terwakilkan suara netizen parpol lewat komunikasi politik, khususnya mengenai opini ruang publik, potensi aktual kebijakan visi dan misi partai politiknya. Kampanye politik sampai saat

ini pun masih identik dengan *money politic campaign*, panggung musik, media poster bahkan baligo ukuran terbesar terpampang di sudut-sudut perkotaan maupun jalan raya. Namun demikian, seiring perkembangan IoT, perlahan-lahan akan mulai berubah ke dalam metode kampanye *online* yang dirasakan lebih strategis bagi politisi untuk meningkatkan popularitas maupun elektabilitas (Buyukbingol, 2022; Calvillo et al., 2021; Hong & Zang, 2020; Chen & Wen, 2021).

Salah satu bukti penunjang yang penulis ambil salah satu cara kampanye online di tahun 2014 yang dilakukan oleh partai Hanura di Kelurahan Tembalang berpengaruh positif sebesar 54% berbeda dengan terpaan kampanye melalui iklan media televisi. Secara signifikan tentunya sudah menunjukkan bahwa semakin tinggi terpaan politik media *online* yang digunakan, maka akan semakin tinggi popularitas dan elektabilitas partai Hanura, begitupun sebaliknya ketika terpaan politik media *online* negatif, maka akan terjadi kecenderungan rendahnya keterpilihan parpol Hanura tersebut, dengan demikian kedua variabel tersebut berhubungan erat. Bahkan bisa terjadi jika tidak ada kecenderungan untuk memilih partai Hanura oleh netizen. Adanya pengaruh antara terpaan pemberitaan politik media online terhadap popularitas dan elektabilitas parati merupakan signifikasi ke arah nilai yang positif. Di mana responden yang telah memperoleh pengetahuan dan pemahaman terhadap perasaan suka atau senang terhadap partai Hanura akan dipandang sebagai media penyampaian informasi objektif tentang segala sesuatu yang dapat dinilai baik atau buruknya parpol Hanura.

Partisipasi dalam e-vote

Pada pemilihan umum Tahun 2019 penggunaan media sosial, Youtube, Instagram, website hingga aplikasi elektronik lainnya, sudah menjadi trending

topik netizen yang sudah menjadikan media baru bagi para partai politik dan calon legislatif untuk melakukan marketing politik kepada calon pemilih. Masing-masing kandidat parpol mempunyai konsep *political marketing* yang potensial dalam rangka meningkatkan jumlah target pemilih. Selain itu, partai politik saat ini sudah mulai memproyeksikan diri agar lebih modern di era digital politik seiring dengan kemajuan *e-democracy* dan *e-politic* yang semakin masif perkembangannya (Blom et al., 2020; Yu & Liu, 2021; Sardini, 2019; Wahyudi, 2019).

Sejumlah peserta partai politik Pemilu 2019 yang melakukan kampanye *online* terdiri dari: Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Gerindra, Partai PDI Perjuangan, Partai Golkar, Partai Garuda, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Partai Nasional Demokrat (Nasdem), Partai Berkarya, Partai Persatuan Indonesia (PERINDO), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Hanura, Partai Demokrat, Partai Bulan Bintang (PBB), dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI).

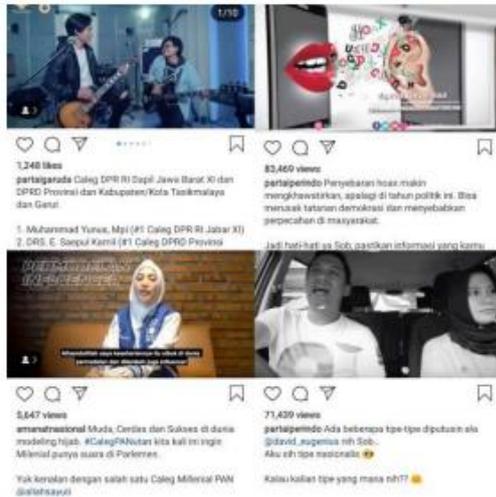
Keenambelas partai politik tersebut melakukan kampanye politik pada ranah media siber, namun tidak semua partai memanfaatkan media digital secara optimal dalam *political marketing*-nya. Khususnya produk yang diusulkan melalui partai politik untuk berkampanye diantaranya rencana kerja partai yang berisikan konsep, identitas politik dan program kerja. Parpol tersebut menawarkan opsi calon legislatif yang dikemas se-kreatif mungkin dalam berkampanye digital bernuansa identitas *political marketing* parpol yang diusungnya baik dari aspek warna, kejelasan visi dan misi partai serta kreativitas sebagai partai digital. Bahkan di dalamnya melakan harapan dan janji untuk memenuhi aspirasi hajat hidup orang banyak. Oleh karenanya, hasil dari produk politik dapat dimanfaatkan dalam jangka waktu yang lama (Lindner &

Aicholzer, 2020; Wahyudi, 2019; Pilpenko, 2019).

Secara sederhana, kreativitas digital adalah kemampuan untuk menciptakan suatu karya melalui media internet. Konsep *Political marketing* sangat membutuhkan tingkat kreativitas yang unik bagi calon pemilih. Kreativitas bisa hadir melalui media digital ditujukan pada masyarakat digital informatif (DeNardis, 2020; Khairiza & Kusumasari, 2020; Farazian & Paskarina, 2021). Agar hasil *political marketing* lebih optimal, hendaknya kandidat atau aktor politik sebaiknya tidak saja menggunakan akses media online atau riset politik, namun perlu juga ditambah model kampanye *online* yang lebih inovatif dan kreatif. Karena *political marketing* yang disusupkan dalam kampanye partai digital tidak harus diaplikasikan pada seluruh proses organisasi partai politik tidak hanya pada saat menjelang pemilu atau tahapan pemilu saja, namun harus sedini mungkin bagaimana merumuskan produk politik melalui penciptaan simbol, image, isu-isu politik kekinian, ruang opini publik sampai pada tahapan program kerja partai politik. Penyampaian pesan politik secara kreatif akan membuahkan hasil berupa peningkatan pengikut (*follower*) baik berupa unggahan video ataupun audio yang berisi kemenangan untuk mengenal lebih dalam caleg bahkan sampai pada ajang program *talkshow* di TV maupun kanal *Youtube* (Hidayati, 2021; Fatah & Fatani, 2019, Aziz & Hasna, 2020).

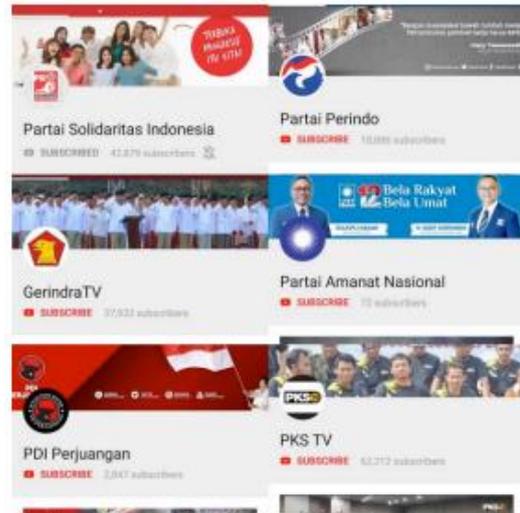
Gambar 1 merupakan salah satu contoh bentuk konten kreativitas digital akun partai politik dalam bentuk audio visual. Dimana produk Parpol Garuda disetiap halaman gambar terpampang calon legislatif lengkap dengan karakternya masing-masing yang notabene digagas sebagai Caleg milenial, bahkan dipilih aktor dari sebuah *grup band* ternama. Begitupula yang mirip pada Partai Amanat Nasional dimana dalam laman *caption* Instagram dan *Website* memunculkan profesi model *caption*

“Muda, Cerdas dan Sukses di dunia modeling hijab.#CalegPANutan kita kali ini ingin Milenial punya suara di Parlemen.”



Gambar 1. Kreativitas_Digital
(Sumber: Akun Parpol Garuda, 2022)

Promosi melalui tanda pagar “CalegPANutan” diklaim sebagai konten kreatif yang ditandai huruf tengahnya dengan kapital “PAN”. Caleg yang ditawarkannya pun beragam dari berbagai kalangan lebih menonjolkan ketertarikan pada Caleg generasi milenial yang sesuai dengan pilihan kesukaannya. Lain halnya dengan akun Instagram Perindo, lebih menampilkan video grafis tentang bahaya penyebaran *hoax* politik disamping memperkenalkan calon legislatif muda milenial. Parindo banyak membuat video vlog yang menargetkan pada kaum muda atau pemilih pemula untuk memulai mengenal politik praksis dengan membuat caption “Ada beberapa tipe-tipe diputusin ala @david_eugenius nih Sob...aku sih tie nasionalis.kalau kalian pilih yang mana??” dengan hastag #PerindoMenan9#Perindo9ueBanget. Simbol ungkapan nasionalisme dibuat ke dalam bentuk yang kreatif yaitu konten hastag angka 9 (sebagai normor urutan partai) digantikan dengan huruf G.



Gambar 2. Akun YouTube Partai Politik
(Sumber: Akun partai politik di Indonesia, 2022)

Bentuk kreativitas digital dalam (Gambar 2), tergambar dengan jelas bahwa formasi kreativitas digital yang dikemas secara apik oleh Garuda, PAN, Perindo, PDIP, Golkar dan PKS sebenarnya sudah memanfaatkan media online untuk memenangkan kontes dalam demokrasi virtual. Bahkan secara aktif melakukan kampanye politik melalui kanal video Youtube. Hal menariknya sampai pada jumlah *subscriber* tertinggi dimiliki oleh akun PKS-TV sebanyak 62.212 *subscriber*. Ini terbukti bahwa konten kreatif yang dimilikinya memanfaatkan media *flasfmob* TV yang diedarkan secara luas di beberapa daerah dengan produksi 8 stories movie tentang program kerja PKS. Sedangkan partai PSI hanya menampilkan konten iklan partai di stasiun televisi dan Calegnya dipromosikan lewat kanal Youtube. Berbeda keunggulan yang dimiliki oleh Partai Perindo dimana pengelola Youtube dikelola sangat serius oleh Caleg Debora Debby Wage yang menampilkan sosok atau tokoh milenial kontemporer melalui program talkshow yang sangat menarik pemilih pemula.

Permasalahan e-demokrasi virtual di Indonesia

Maraknya penggunaan media *online* untuk kegiatan demokrasi virtual di Indonesia mengalami kesulitan yang sama seperti halnya pengguna digital di luar negeri. Pertama, kesulitannya secara bersama-sama dari cara bagaimana memanfaatkan ruang opini atau ruang digital digerakkan sebagai bentuk integrasi dari konsolidasi demokrasi di luar domain politik. Kedua, bagaimana caranya untuk mengurangi sikap anti-politik yang dapat disebarluaskan melalui media online, sehingga dapat dengan mudah direspon kritis oleh netizen dengan melakukan upaya kebaikan dalam berpolitik di dunia nyata.

Terurai dari beberapa hasil diskusi mengenai adanya kesenjangan cara mengakses ke dunia virtual (digital), terlihat bahwa masyarakat sosial sudah terdigitalisasi di ruang siber atau media *online* dan menunjukkan kemudahan mengakses informasi sehingga setiap masyarakat memiliki informasi secara terbuka untuk memahami demokrasi virtual di masa yang akan datang (Fatah & Fatani, 2019; Sardini, 2019).

Sejak era reformasi, dinamika politik memunculkan beberapa masalah sekaligus mencari upaya-upaya dalam menangani *crucial problems*, yaitu: Pertama, tendensi yang meningkat di kalangan netizen khususnya generasi milenial cara berpolitik melalui dunia internet. Selain itu, masih rendahnya partisipasi generasi milenial dalam beraktifitas politik praktis serta kurang optimalnya untuk membentuk kelompok gerakan sosial politik untuk mendukung salah satu partai politik yang disukainya.

Kedua, bertambahnya kelompok oportuniste politik elit birokrasi dan elit politik yang notabene hanya melakukan pencitraan serta melakukan kegiatan belanja publik jurnalisme di media sosial online. Ketiga, pengaruh Politik Indonesia terhadap ruang opini publik yang diakibatkan adanya

konflik antar elit politik sehingga menyebabkan munculnya polarisasi sosial yang merubah identitas kewarganegaraan. Keempat, masih terjadinya depolitisasi generasi milenial dalam berpolitik praktis yang berasal bukan dari golongannya sendiri. Di mana wadah media sosial adalah ajang perdebatan tak bertuan, siapapun bebas berpendapat tanpa dikendalikan oleh kelompok kepentingan atau kekuatan politik tertentu. Gradasi aktualisasi diri dan impresi otonomi daerah adalah barang yang mahal yang tidak muda diperoleh dalam aktivitas kehidupan sehari-hari.

Kelima, beberapa tahun terakhir ini masih maraknya pembajakan media *online* oleh elit oportuniste politik, bahkan sudah menjadi hal yang lumrah. Di mana media *online* diperagakan seperti arena teater akrobatik bagi para politikus maupun pejabat politik. Bukannya bekerja keras untuk mencegah isu-isu publik yang dikemukakan pegiat dunia siber. Ini adalah bentuk pencitraan agar dapat menunjukkan kinerjanya yang responsif akan tuntutan kelompok masyarakat, terlepas dari keyakinan akan hadirnya bentuk pelayanan publik berbasis digital. Fenomena inilah lebih mirip bercerita tentang sikap ataupun perilaku oportuniste birokrat, parlemen dan organisasi partai politik di Indonesia. Bahkan kelompok kaum oportuniste ini semakin berperan penting dalam menjatuhkan rejim pemerintahan yang berkuasa atau bisa jadi untuk menistakan lawan politik sayap kanan. Keenam, masih adanya masalah terkait normalisasi konflik elit dan eskalasi politik identitas yang akhir-akhir ini terjadi sebagai cikal bakal munculnya kekhawatiran demokrasi virtual. Masalah tersebut tidak lepas dari struktur politik oligarkis yang dilakukan kelompok elit dan oportuniste birokrat.

Sebenarnya demokrasi virtual bisa menjadi kekuatan wacana politik hanya dengan membuat opini terhadap skandal aktor politik ataupun berita tentang konspirasi kekuasaan politik di Indonesia.

Misalnya, terkait permasalahan korupsi, konflik internal partai politik (contoh kasus Partai Demokrat di tahun 2019), ataupun pertarungan sengit tentang kelompok incumbent dan milenial, senantiasa dibahas dalam jalur sensasi amoral, elektabilitas, pencitraan, dan popularitas elit politik. Selain itu, masalah banalitas politik uang masih hangat dibicarakan secara luas, bahkan dijadikan bahan baku pencitraan aktor politik atau elite politik di ranah media sosial online. Sehingga, pada akhirnya kontestasi pencitraan akan berlangsung sengit tanpa aturan dari tim pemenang partai politik termasuk para simpatisan yang sudah menjadikan dunia maya sebagai ajang perang, agitasi, provokasi sampai pada tahap mobilisasi massa (Hayat et al., 2021; Supriadi, 2020; Dhani, 2019; Waluyo 2019; Harnawansyah, 2019).

Demokrasi virtual antara harapan dan tantangan

Setiap perkembangan kemajuan teknologi digital selalu mendatangkan ibarat pisau bermata dua, di samping kemajuan teknologi media online sebenarnya memudahkan kehidupan manusia namun di satu sisi lainnya mendatangkan kemunduran. Demikian halnya dengan penggunaan IoT, terbukti mampu memberikan dampak terhadap perubahan dinamika demokrasi virtual di Inonesia. Selain itu, kemajuan teknologi komunikasi pada awalnya menjadi landasan menuju perkembangan komunikasi politik di media *online*. Peranan komunikasi politik sejak era globalisasi selalu berjalan beriringan dengan kebebasan berpendapat dalam ruang demokrasi virtual. Dengan demikian, kebiasaan berkomunikasi di dunia maya mengalami pergeseran secara fundamental khususnya dalam praktek berdialog, berdiskusi dan berdebat (Pramadi, 2020; Waluyo, 2019).

Peluang terbesar dalam praktek demokrasi virtual ditunjukkan oleh adanya perluasan ruang interaksi di antara para *stakeholder* diruang media online dalam era

demokrasi tradisional yang selama ini dilakukan hanya membuka ruang dialog antara aktor partai politik. Di mana setiap *stakeholder* bisa menyampaikan pendapat ke ruang opini publik tanpa khawatir adanya resiko politik termasuk bentuk ketakutan bentuk paksaan dari kelompok partai politik lainnya. Demokrasi vitrual saat ini sangat memiliki peran penting untuk membantu perluasan ruang lingkup partisipan publik termasuk generasi milenial atau pemilih pemula, serta lahirnya perwujudan kesetaraan setiap netizen untuk senantiasa berpartisipasi dalam politik praksis. Ini satu manfaat nyata dari kemajuan IoT dalam ranah politik Indonesia yaitu terbentuknya perluasan fungsi-fungsi sosial politik dari tokoh atau aktor politik parpol.

Terjalannya hubungan antara netizen dengan netizen lainnya lebih mudah, sehingga konsekwensi peluang komunikasi politik untuk berkembang lebih jauh tidak bisa diragukan lagi khususnya dalam batas-batas yang dimungkinkan menurut tata krama politik organisasi parpol. Secara konseptual telah disebutkan sebelumnya bahwa ruang opini publik atau ruang media *online* merupakan ajang strategis untuk memulai belajar dasa-dasar demokrasi yang dapat direalisasikan langsung dalam ranah siber, terutama dalam menghargai perbedaan pendapat, membangun aliansi kelompok identitas, dan menciptakan ruang kritik terhadap kekuasaan oligarki politik. Dan secara praktek pengalaman demokrasi virtual dari belahan dunia lainnya, tentunya memberikan sinyal kuat bahwa wadah media *online* ini diberlakukan sebagai arena pertarungan stakeholder kelompok globalist neoliberal, oligarki nasional bahkan kelompok fundamentalis liberal progresif maupun kelompok-kelompok fundamentalis budaya (Musial-Karg; Fathurokhmah, 2021; Hernawansyah, 2019).

Berangkat dari hasil pengalaman di Indonesia sudah tercatat adanya

kecenderungan berlangsungnya pertarungan kelompok kepentingan partai politik. Pertama, ruang media *online* cenderung menjadi sasaran resistensi dan aktualisasi netizen kelompok generasi milenial (pemilih pemula). Dimanfaatkannya ruang siber ini sebagai bentuk responsif atas ketersediaan beberapa unsur penting terbentuknya kapabilitas dan keahlian sebagai dasar pembentukan otonomi individu yang berjejaring *social-networking*. Selain itu pula, adanya respon terhadap krisis representasi politik dunia nyata yang mampu membatalkan peluang kelompok gen milenial (pemilih pemula) yang cerdas dan kreatif untuk bergabung dalam organisasi partai politik. Kedua, kecenderungan wadah media online menjadi pertarungan depolitisasi dalam arti wadah media online berlaku sebagai salah satu alternatif proses kegiatan demokrasi formal dan peran aktif para partisipan dari netizen untuk berpolitik praktis. Namun demikian, disisi lainnya kelompok oligarki politik bisa saja meng-hacker (membajak) ruang siber untuk menurunkan politik identitas (Dhani, 2019; Fuadi & Tasmin, 2019; Hasfi, 2014; Fathurokhmah, 2021).

Dua kecenderungan tersebut di atas merefleksikan perkembangan politik identitas untuk membentuk demokrasi virtual. Sejumlah peraturan yang berkaitan dengan media *online internet* untuk mengelola beberapa masalah teknis, etis-moral dan keamanan siber. Namun demikian, agar ruang media *online* bisa memainkan peran utama untuk melakukan konsolidasi demokrasi di ruang media *online* maupun dalam politik praktis. Peran lainnya adalah membentuk pola pembaharuan diskusi atau debat publik tentang landasan kebijakan ruang siber. Hal ini bertujuan untuk memudahkan diskusi antar kelompok kepentingan akan membentuk formulasi dan intervensi kebijakan visioner dalam rangka mengelola ruang siber demokrasi virtual. Makna penting dari intervensi kebijakan strategis dalam proses demokrasi virtual

nampaknya akan terus berlangsung dalam berbagai ranah marketing dan komunikasi politik serta sudah barang tentu membawa dampak manfaat positif yang banyak bagi aktivitas ekonomi, interaksi budaya yang pada akhirnya membuka cakrawala baru sebagai netizen berbudaya semakin terintegrasi lebih baik.

Namun demikian, manfaat positif tersebut bisa saja di masa depan menjadi buram dan tidak berguna sama sekali apabila terjadi eskalasi konflik antar kelompok politik oligarki dalam pertarungan di arena media online yang disebabkan masih adanya sikap abainya masyarakat sipil dan negara terhadap salah satu pentingnya pembentukan suatu opini publik dan mobilisasi massa di media *online*. Pengalaman sangat berharga yang sudah ditunjukkan dari beberapa negara di Timur Tengah dan Eropa Timur yang seyogyanya dijadikan pelajaran berharga, ketika gagal dalam membaca gejala polarisasi perilaku oligarki oportunistis dalam ruang media online atau siber bahkan harus dibayar mahal atas konflik berdarah serta ancaman disintegrasi bangsa yang berdaulat.

SIMPULAN

Era digital semakin maju, partai politik semakin banyak memanfaatkan proses demokrasi virtual sebagai upaya untuk memperluas basis dukungan dan mempengaruhi pemilih. Beberapa upaya yang dilakukan oleh partai politik dalam memanfaatkan proses demokrasi virtual antara lain: Kampanye digital, Partai politik menggunakan media sosial untuk mempromosikan kandidat dan platform politik mereka. Penggunaan kampanye digital, partai politik lebih banyak dipilih pemula sehingga mudah berkomunikasi dengan para pemilih potensial dan terjaminnya e-vote. Partai politik juga dapat menggunakan sistem pemungutan e-vote untuk memperluas partisipasi pemilih dan meningkatkan efisiensi proses pemilihan.

Namun, sistem ini juga memerlukan sistem keamanan yang kuat untuk mencegah penipuan dan kecurangan. Selain itu fungsi debat virtual, Partai politik juga dapat menggunakannya sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan pemilih dan memperkenalkan kandidat, meskipun diperlukan teknologi dan infrastruktur yang memadai. Meskipun demokrasi virtual menawarkan banyak manfaat dalam meningkatkan partisipasi pemilih dan efisiensi proses pemilihan, namun pada prakteknya masih memerlukan kepastian integritas dan keabsahan hasil pemilihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alelaimat, A., Ihmeideh, F. & Alkhalwaldeh, M. (202). Preparing Preservice Teachers for Technology and Digital Media Integration: Implications for Early Childhood Teacher Education Programs, *International Journal of Early Childhood*, 52(3), 299-317. <https://dx.doi.org/10.1007/s13158-020-00276-2>
- Aryesta, A.E., & Selmi, S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi KPI Menggunakan Situational Theory of Public Relation, 11(1), 76-88. <https://dx.doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5037>
- Arditi, D. (2019), Digital Democracy: Authoritarian Capitalism in the Age of Trump and Twitter, *New Political Science*, 41(4), 664-674.
- Aziz, M.S., & Hasna, S. (2020), The Problem of E-Democracy and its Impact of Political Participation in Indonesia, *Proceedings of the 6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020)* <https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.201219.071> ,
- Baldwin, J.R., Pingault, J.B., Schoeler, T., Sallis, H.M., & Munafò, M.R. (2022). Protecting against researcher bias in secondary data analysis: challenges and potential solutions, *European Journal of Epidemiology*, 37(1), 1-10. <https://dx.doi.org/10.1007/s10654-021-00839-0>
- Bindu, N., Sankar, C.P., & Kumar, K.S. (2019). From conventional governance to e-democracy: Tracing the evolution of e-governance research trends using network analysis tools, *Government Information Quarterly*, 36(3), 385-399. <https://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2019.02.005>
- Busseto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020), How to use and assess qualitative research methods, *Neurological Research and Practice*, 2(1), 1-14.
- Buyukbingol, A. (2022). Problems regarding the use and control of social media as a propaganda tool in context of digital democracy, 7(18), 204-222.
- Blom, W.R., Karvonen, E., Melin, H., Nordenstreng, K., Puoskari, E., Webster, F., & Webster, P.F. (Eds.). (2020). *The Information Society Reader* (1st ed.). London: Routledge.
- Campbell, D.F.J., & Carayannis, E.G. (2020). *Handbook of Cyber-Development, Cyber-Democracy, and Cyber-Defense*, London: Springer, Inc.
- Calvillo, D.P., Garcia, R.J.B., Bertrand, K., & Mayers, T. (2021), Personality factors and self-reported political news consumption predict susceptibility to political fake news, *Personality and Individual Differences*, 174(2):110666.
- Chen, Y.N.K., & Wen, C.H.R. (2021), Impacts of Attitudes Toward Government and Corporations on Public Trust in Artificial Intelligence, *Communication Studies*, 72(1), 115-131.
- Darmalaksana, W. (2020), *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*, Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- De Albuquerque, A. (2019), Protecting democracy or conspiring against it? Media and politics in Latin America: A glimpse from Brazil, *Journalism*, 20(7), 906-923.
- DeNardis, L. (2020). *The internet in everything: Freedom and security in a world with no off switch*, New York: Yale University Press
- Dowling, M.E. (2022). Foreign interference and digital democracy: is digital era governance putting Australia at risk? *Australian Journal of Political Science*, 57(2), 113-128. <https://dx.doi.org/10.1080/10361146.2021.2023093>
- Farazian, T.A., & Paskarina, C. (2021), Political marketing in the 2019 local election: A case of the Indonesia solidarity party in the legislative election in Jakarta, *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(5), 1-11
- Fatah, Z., & Fatani, M.N. (2019), Mempolitisasi Ruang Virtual: Posisi Warga-Net dalam Praktik Demokrasi Digital di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 3(1), 306-326.
- Fuadi, A., & Tasmin, T. (2019), Gerakan Sosial Baru di Ruang Publik Virtual, *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 1(1), 48-60
- Gupta, D.K., & Biswas, A.K. (2021), The Institutionalization of e-Democracy: Challenges, Risks and Future Directions in an Indian Context, *e-Journal of Democracy*, 13(1), 127-143.
- Grigalashvili, V. (2022). Conceptual Dimensions of Electronic Government and Electronic Governance in the Domain of Digital Democracy, *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 1(3), <https://dx.doi.org/10.31435/rsglobal.iji.te/30032022/7753>
- Hammed, A. (2020), Quantitative and qualitative research methods: Considerations and issues in qualitative research, *National Journal of Research*, 8(1), 8-17.
- Harnawansyah, M.F. (2019), Dinamika Politik Daerah dalam Pelaksanaan Sistem Pemilu Umum Legislatif Daerah, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(9), 50-67
- Hayat, M.A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M.I. (2021), Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik, *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104-114. <https://dx.doi.org/10.36418/jist.v2i1.61>
- Hidayati, F.R. (2021), Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper, *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145-161.
- Hoffmann, L., Jhonson, I.A., & Meckl, M. (2022). Migration and community in an age of digital connectivity: A survey of media use and integration amongst migrants in Iceland, *Nordicom Review*, 43(1), 19-37. <https://doi.org/10.2478/nor-2022-0002>
- Hong, T., & Zhang, P. (2020), Political news and happiness: the difference between traditional media and new media use, *Chinese Journal of Communication*, 13(4), 370-388.
- Imperial, M. (2021), The Democracy to Come? An Enquiry Into the Vision of Blockchain-Powered E-Voting Start-Ups, *Frontiers in Blockchain*, 4, 1-13.
- Indianto, S.D., Nurasih, W., & Witro, D. (2021), Demokras Hibrid: Pemikiran Yasraf Amir Piliang tentang Demokrasi Indonesia di Era Digital, 11(1), 175-194.
- Komariah, K., Sumartias, S., & Prastowo, A.A. (2020). Democracy among the millennials (a phenomenology study on democracy dialectics in the millennium age among university students in West Java), *European Journal of Molecular and Clinical Medicine*, 7(8), 1212-1222.

- Laksono, P. (2020), Komunikasi Massa dan Demokrasi dalam Arus Sistem Politik, *Jurnal MDIAKITA*, 4(1), 1-12.
- Lindner, R. & Aicholzer, G. (2020), *E-Democracy: Conceptual Foundations and Recent Trends*. European E-Democracy in Practice,
- Lin, Y. (2022). Social media for collaborative planning: A typology of support functions and challenges, *Cities*, 125, <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103641>
- Listianingrum, R., Poerana, A.F., & Arindawati, W.A. (2021). Strategi Komunikasi melalui Media Instagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11-23.
- Lee, Y. (2021), Towards a more inclusive digital democracy in Asia: Introduction to the digital democracy, *Asiascape: Digital Asia*, 8(3), 135-138.
- Logan, T. (2020). A practical, iterative framework for secondary data analysis in educational research, *Australian Educational Researcher*, 47(1), 129-148. <https://dx.doi.org/10.1007/s13384-019-00329-z>
- Lynggaard, K. (2021). The Roles of Images in EU Politics, *Journal of Common Market Studies*, 59(5), 1213-1229. <https://dx.doi.org/10.1111/jcms.13176>
- Maeroe, A.R., Norta, A., Tsap, V., & Pappel, I. (2021), Increasing citizen participation in e-participatory budgeting processes, *Journal of Information Technology and Politics*, 18(2), 125-147.
- Manoharan, A.P., Melitski, J., & Holzer, M. (2022). Digital Governance: An Assessment of Performance and Best Practices, *Public Organization Review*, 265-283. <https://doi.org/10.1007/s11115-021-00584-8>
- Musiak-Karg, M. (2022). E-Democracy and E-Tools of citizen participation on local level in Poland, *Central and Eastern European eDem and eGov Days*, 213-226. <https://dx.doi.org/10.24989/ocg.v335.17>
- Mensah, I.K. (2020), Impact of Government Capacity and E-Government Performance on the Adoption of E-Government Services, *International Journal of Public Administration*, 43(4), 303-311.
- Parpol Manfaatkan Teknologi Digital, Partai Gelora Ingin Menjadi Pelopor Partai Digital". *Republika.co.id*, 20 Juli 2020, 08.00 Wib. <https://www.republika.id/posts/8709/parpol-manfaatkan-teknologi-digital>, diakses 09 Oktober 2021.
- Parpol Serius Garap Media Sosial". *Kompas.com*, 29 Mei 2013, 09:07 WIB. <http://nasional.kompas.com/read/2013/05/29/09070488/Parpol.Serius.Garap.Media.Sosial> diakses 09 Oktober 2021
- Pramadi, Y. (2020). Indonesia di Tengah Belantara Digital, *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 22(2), 121-133. <https://dx.doi.org/10.14203/jmb.v22i2.1117>
- Pranawukir, I. (2021). Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam meningkatkan Adaptifitas Sumberdaya Manusia dan Keunggulan Kompetitif Lembaga, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4i(2), 247-259. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1635/788>
- Pilipenko, A. (2019), France: to Digital Democracy, *Law: Journal of the Higher School of Economics*, 4, 185-207. <https://dx.doi.org/10.17323/2072-8166.2019.4.185.207>
- Prisellie, A.E., & Paramita, S. (2022). Strategi Komunikasi Digital Influencer dalam Menggunakan Media Sosial Instagram sebagai Media Fundraising, *Prologia*, 6(1), 163-170.

- <https://dx.doi.org/10.24912/pr.v6i1.10375>
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram, *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94-101. <https://dx.doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Rojabiaturrohmah, E., & Pujiarti, L. (2020). Keterlibatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Menjelang Pemilu 2019, *Jurnal Pendidikan Politik, Hukum Dan Kewarganegaraan*, 10(1), <https://jurnal.unsur.ac.id/jpphk/article/view/932>
- Ronchi, A.M. (2019), *e-Democracy: Toward a new model of (inter)active society*, Springer International Publishing.
- Safitri, P.N. (2019), Dinamika Media Komunikasi sebagai Interaksi Politik, *Jurnal Komunika*, 11(2), 1-21.
- Said, M. (2020), Virtual Preaching Activism In Indonesia:; Social Media; Politic of Piety; New Ulama; and Democracy, *Jurnal Penelitian*, 17(1), 1-14.
- Sardini, N.H. (2019), Demokrasi dan Demokrasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan, *Prosiding Universitas Wahid Hasyim, Semarang*. 1(1).
- Supriadi, S. (2020), Model Komunikasi Politik di Era Dunia Virtualitas, *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 51-65.
- Torloni, M.R., Brizuela, V., & Betran, A.P. (2020), Mass media campaigns to reduce unnecessary caesarean sections: A systematic review, *BMJ Global Health*.
- Villamil, S., Hernandez, C., & Tarazona, G. (2020), An overview of internet of things, *Telkomnika: Telecommunication Comptuing Electronics and Control*, 18(5), 2320-2327.
- Wahyudi, V. (2019). Politik Digital di Era Revolusi Industri 4.0 “Marketing & Komunikasi Politik”, *Jurnal Politik Islam*, 1(2), 149-168.
- Wahyuti, T. (2019). Urgensi Literasi Media Digital Bagi Pemilih Pemula Dalam Menghadapi Pemilu 2019, *Konvergensi*, 1(1), 39-50. <https://journal.paramadina.ac.id/index.php/IK/article/view/253/109>
- Waluyo, D. (2019), Pemahaman Komunikasi Politik pada Era Digital, *Jurnal Media dan Komunikasi*, 2(2), 160-167
- Yu, X., Wang, J., & Liu, Y. (2021), Civic participation in chinese cyberpolitics: A grounded theory approach of para-xylene projects, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 1-7
- Zhang, Q., Guo, X., Sun, M., Samuel, R.D.J., Kumar, P.M. (2022). Visually Improved Digital Media Communication Using Virtual Reality Technology and Digital Twin, *Journal of Interconnection Networks*, 57(2), 113-128. <https://dx.doi.org/10.1142/S0219265921460051>
- Zúñiga, H.G.D & Chen, H. (2019), Digital Media and Politics: Effect of the Great Information and Communication Divides, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 365-373.